

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



PLAN ESTRATEGICO Y SU RELACION EN LA COMERCIALIZACION DEL CAFÉ  
ORGANICO EN LA CIUDAD DE OCALLÍ-LUYA-CHACHAPOYAS-DPTO DE  
AMAZONAS, 2013

---

**VEGA RAMIREZ, ALDO JESUS**

---

**ASESOR:**

**DR. RODRIGUEZ FIGUEROA, JORGE**

---

**LINEA DE INVESTIGACIÓN:**

**DESARROLLO EMPRESARIAL**

---

**LIMA – PERÚ**

**2014**

## **DEDICATORIA**

El presente estudio de investigación se lo dedico a mi Madre, mi padre y a Dios porque siempre estuvieron aconsejándome alentándome para seguir adelante y lograr mis objetivos. Hoy es el inicio de una nueva vida profesionalmente gracias por el apoyo.

## **AGRADECIMIENTO**

En inicio doy gracias a Dios, porque gracias a él he podido continuar en este largo trayecto de mi vida, por siempre darme fuerzas para continuar adelante, porque sin él no estaría hoy donde estoy ahora.

Agradezco a mis padres, por su cariño, comprensión y por su apoyo incondicional a lo largo de toda mi vida, por darme la fortaleza y la perseverancia necesaria para afrontar las cosas que suceden en la vida y saberle ver el lado bueno a los diferentes momentos de la vida.

De la misma manera agradecer a mi asesor Dr. Rodríguez Figueroa José Jorge por el tiempo y la guía brindada durante el desarrollo del trabajo de investigación.

Gracias a todos aquellos docentes que me transmitieron sus conocimientos y facilitaron herramientas durante estos X ciclos de estudios, los cuales estoy seguro me servirán para enfrentar y superar retos que en mi futuro como profesional tendré.

Finalmente, agradecer a mis amistades, que pude conocer y entablar una gran amistad en este camino de mi vida universitaria ya que de una u otra manera me apoyaron en esta ardua labor; aquellos amigos que estuvieron a mi lado en el inicio de mi carrera universitaria y aquellos que aún permanecen a mi lado

## DECLARACION DE AUTENTICIDAD

Yo, Aldo Jesús Vega Ramírez, declaro que la tesis de grado titulada “**plan estratégico y su relación en la comercialización del café orgánico en la ciudad de Ocalli-Luya-Chachapoyas-Dpto. de Amazonas, 2013**”, ha sido desarrollada con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan al pie de las paginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es de mi auditoria.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico de la tesis de grado en mención.

Lima, Junio 2014

## INDICE

### CARÁTULA

### PÁGINAS PRELIMINARES

Página del jurado	
Dedicatoria.....	II
Agradecimiento.....	III
Declaratoria de autenticidad.....	IV
Presentación.....	V
Índice.....	VI

### RESUMEN

### ABSTRACT

## I. INTRODUCCIÓN.....10

Problema.....	11
Antecedentes.....	14
Definición de variables.....	15
Variable independiente.....	21
Variable dependiente.....	21
Marco teórico.....	17
Bases Teóricas.....	26
Variable Independiente.....	26
Variable Dependiente.....	32
Marco conceptual.....	54
Justificación.....	58
Social.....	58
Económica.....	58
Relevancia Teórico – práctico.....	58
1.1. Problema.....	60
1.1.1 Problema General.....	60
a. Problema Específico.....	60
b. Problema Específico.....	60
1.2. Hipótesis.....	60
1.2.1 Hipótesis general.....	60
a. Hipótesis Específica.....	60
b. Hipótesis Específica.....	60
1.3. Objetivos.....	60
1.3.1 Objetivo General.....	60
a. Objetivo Especifico.....	60
b. Objetivo Específico.....	60

## II. MARCO METODOLÓGICO.....62

2.1. Variables.....	62
2.1.1 Definición de Variables.....	62
2.1.1.1 Variable Independiente.....	62

2.1.1.2 Variable Dependiente.....	62
2.2 Operacionalización de variables.....	62
2.3. Metodología.....	63
2.3.1. Tipos de estudio.....	63
2.4. Diseño.....	63
2.5. Población, muestra y muestreo.....	66
2.5.1 Población.....	66
2.5.2 Muestra.....	66
2.5.3 Muestreo.....	66
2.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	68
<b>III. RESULTADOS.....</b>	<b>70</b>
3.1 Análisis e interpretación descriptiva.....	71
3.2 Análisis descriptivo correlacional.....	89
3.3 Discusión.....	91
A Respecto al problema.....	91
B Respecto al objetivo.....	91
C Respecto a la hipótesis.....	91
3.4 CONCLUSIONES.....	92
3.5 RECOMENDACIONES.....	92
<b>IV. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>93</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>97</b>
Anexo 01 ENCUESTA.....	98

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación que lleva por título “PLAN ESTRATEGICO Y SU RELACION EN LA COMERCIALIZACION DEL CAFÉ ORGANICO EN LA CIUDAD DE OCALLI-LUYA-CHACHAPOYAS-DPTO.DE AMAZONAS,2013 ”, el mismo que consta de las siguientes partes:

Capítulo I. Introducción del planteamiento del problema. La satisfacción laboral es un factor importante dentro de las empresas puesto que con ello podrá fidelizar al trabajador y obtener resultados adecuados, logrando minimizar las faltas, tardanzas y renuncias, así como también incrementar favorablemente el desempeño de los trabajadores puesto que al tener conocimiento de las necesidades del trabajador se podrá saber que ofrecerles logrando su satisfacción

Problema que ha sido debidamente justificado desde el punto de vista científico, y ha sido abordado desde el punto de vista social, económico y teórico práctico, permitiéndome formular la siguiente interrogante “¿Cómo se relaciona el plan estratégico en la comercialización del café orgánico en la ciudad de Ocalli-Luya-Chachapoyas-Dpto. de Amazonas,2013?”, problemas que se vienen presentando en las diferentes instituciones del sector privado, las mismas que deben ser resueltas por los profesionales en ciencias administrativas.

En base a los problemas planteados y formulados me ha permitido formular mi hipótesis general “Se relaciona el plan estratégico en la comercialización del café orgánico en la ciudad de Ocalli-Luya-Chachapoyas-Dpto. de Amazonas, 2013.” La misma que durante la presente investigación se demostrara la hipótesis alterna. De igual manera la presente investigación tiene como objetivo “Determinar cómo se relaciona el plan estratégico en la comercialización del café orgánico en la ciudad de Ocalli-Luya-Chachapoyas-Dpto. de Amazonas.” El mismo que ha sido posible determinar que si es posible su cumplimiento de acuerdo al trabajo de campo.

Para desarrollar la presente investigación he tomado como teorías respecto a la satisfacción laboral al Weinberger Villaran karen El plan estratégico, son compromisos de la administración con el logro indicadores de desempeño muy preciso, dentro de un tiempo determinado. Estos indicadores de desempeño son datos que ayuda a medir resultados. El plan estratégico están enfocados en el competidor y por lo general son de largo plazo e involucra a toda la organización,” de igual manera respecto a la variable dependiente el desempeño de los trabajadores he tomado al autor Kotler y Armostrong (1996), define la comercialización como la introducción de un producto al mercado, tomando en cuenta cuatro aspectos: cuando introducir el producto, considerando si este puede reducir las ventas de otros producidos por la empresa, si puede mejorar o si la economía esta lenta; donde colocar el producto, en una región, varias regiones, el mercado nacional o el mercado internacional; a quien distribuir los productos, buscando mercados donde las personas lo acepten pronto, usen mucho y que existan líderes de opinión; por último, como introducir el producto en los mercados elegidos “. Quienes se han fundamentado en las bases teóricas (autores y títulos).

Capitulo II. Marco Metodológico, la presente investigación es Descriptivo – Correlacional teniendo como variable independiente plan estratégico y como dependiente la comercialización, las misma que han sido medidas para lo cual se ha formulado el cuadro de operacionalización. Para lo cual se ha considerado mi población 1 empresa que cuentan con 500 trabajadores en el distrito de Independencia lugar donde se ha desarrollado el trabajo de campo para lo cual se ha utilizado el instrumento llamado encuesta, las mismas que han sido procesadas y analizadas para luego utilizar el programa SPSS 20 para obtener resultados, los mismo que han sido considerados en la discusión y conclusión de la presente investigación.



**ABSTRACT** The present research work entitled "PLAN strategic and your relationship in the marketing of CAFÉ organic in the city of OCALLI-LUYA-CHACHAPOYAS-DPTO.DE Amazon, 2013", which consists of the following parts: Chapter I. introduction of the approach of the problem. Job satisfaction is important within the companies since this can retain workers and adequate results, managing to minimize absences, tardiness, and disclaimers, as well as also increase workers performance favourably since knowledge of the needs of the worker you will know to offer them achieving their satisfaction problem that has been properly justified from the scientific point of view, and has been approached from the point of view of social, economic and theoretical-practical, allowing me to ask the following question "would relate to the strategic plan in the marketing of organic coffee in the city of Ocalli - Luya - Chachapoyas - Dept. of Amazonas, 2013?", problems that have been presented in the various institutions of the private sector, which should be resolved by professionals in Administrative Sciences. On the basis of the problems raised and formulated has allowed me to formulate my general hypothesis "is related to the strategic plan in the marketing of organic coffee in the city of Ocalli - Luya - Chachapoyas - Dept. of Amazonas, 2013." The same showing for this research is the alternate hypothesis. Similarly this research aims to "determine how relates to the strategic plan in the marketing of organic coffee in the city of Ocalli - Luya - Chachapoyas - Dept. of Amazon." It has been possible to determine if it is possible to its compliance with the field work. To develop this research have taken as theories regarding job satisfaction to the Weinberger Villaran karen strategic plan, are commitments of the Administration to achieve very precise indicators, within a period of time. These performance indicators are data that helps to measure results. The strategic plan are focused on the competitor and are usually long-term and involves the entire organization, "Similarly with respect to the dependent variable performance of workers have taken the author Kotler and Armstrong (1996), defines marketing as the introduction of a product to the market, taking into account four aspects: when introducing the product, whereas if this can reduce the sales of others produced by the company, if it can be improved or if the economy is slow; where to place the product on a region, several regions, the national market or the international market; who distribute the products, looking for markets where people accept it soon, much to use and there are opinion leaders; Finally, as introducing the product in markets chosen "." Those who have been based on the theoretical bases (authors and titles). Chapter II. Framework methodology, this research is descriptive - correlational study having as dependent variable independent strategic plan and marketing, the same which have been measured for which it has been the picture of operationalization. For which it has been considered my population 1 company with 500 workers in the District of independence place where field work has been developed which has been used the instrument called survey, which have been processed and analysed then use the program SPSS 20 to get results, the same that have been considered in the discussion and conclusion of this research.